Trabajo Fin De Máster

La situación actual y los modelos de desarrollo turístico litoral en España y China. Análisis DAFO.

Autor

Yixuan Ding

Director

Antonio J. Lacosta Aragüés

MÁSTER EN ORDENACIÓN TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL

UNIVERSITARIA DE ZARAGOZA

Facultad de Filosofía y letras

2020

ÍNDICE

1. Presentación 2

2. Un análisis del desarrollo actual del turismo costero en España 5

2.1. Panorama general de los recursos turísticos en España y las zonas costeras. 5

2.2. Fortalezas. 13

2.3. Debilidades 15

2.4. Oportunidades 16

2.5. Amenazas 17

3. Análisis del desarrollo del turismo costero en China 19

3.1. Situación general de los recursos turísticos en China y zonas costeras 19

3.2. Fortalezas. 25

3.3. Debilidades 26

3.4. Oportunidades. 27

3.5. Amenazas. 28

4. Aprender de la experiencia ajena, capacitar a profesionales del turismo e idear contramedidas. 31

5. Tendencia de desarrollo 34

5.1. La tendencia de desarrollo del turismo mundial 34

5.2. España 35

5.3. China 36

6. Conclusión 38

7. Bibliografía.....40

1. Presentación

España se encuentra en la Península Ibérica al suroeste de Europa, con el Océano Atlántico al noroeste y suroeste, el Golfo de Vizcaya al norte y el Mar Mediterráneo al este y sureste. Con un agradable clima cálido y soleado, España es un destino turístico muy famoso a nivel mundial. Es un país rico en patrimonio cultural, artístico y gastronómico. Consta de servicios de infraestructura desarrollados.

Atrae a millones de turistas cada año lo cual contribuye al desarrollo de infraestructuras vinculadas a la industria del sector servicios. Por ello España es un verdadero paraíso vacacional para muchos viajeros. Visitarla garantiza disfrutar de unas vacaciones muy agradables.

Según el informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de 2019 España recibió 85 millones de turistas y US $74 mil millones en ingresos por turismo Ambos datos sitúan a España en segundo lugar a nivel mundial.

(Fuente: UNWTO, 2019)

Entre todos los turistas que visitan España, la mayoría son británicos, alcanzando los 18.078 millones en el 2019, representando el 21,5% del total de turistas de todos los países, seguido de los alemanes con el 13,3%, franceses con el 13,2% e italianos con el 5,4%. Si bien el número de turistas chinos en España ha aumentado rápidamente en los últimos años, este número aún sigue siendo muy reducido, siendo la principal fuente de turistas no europeos Estados Unidos, que alcanzó los 3.332 millones, lo que representa el 3,9%. (Instituto Nacional de Estadística 2019)

España cuenta con aproximadamente 8.000 kilómetros de costa. Esto, unido a su diversidad litológica, lo convierte en uno de los países con accidentes costeros más abundantes de Europa. Especialmente algunas ciudades costeras, como las famosas Barcelona, Valencia, Málaga, entre otras; las cuales son conocidas por su agradable cultura playera que atrae a la mayoría de los turistas.

En comparación con la industria del turismo de España, el desarrollo del turismo de China comenzó mucho más tarde. Aún con todo, desde el comienzo de la reforma económica china en 1978, la industria del turismo de este país ha crecido de pequeña a grande, de débil

a fuerte. Sus ofertas turísticas se han enriquecido y su capacidad de recepción turística también ha mejorado considerablemente. El sistema de productos turísticos y las condiciones de acceso al turismo han aumentado de una forma gradual y significativa.

Instituto Nacional de Estadística — Notas de prensa

Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera

Diciembre 2019

Datos provisionales

Llegadas de turistas internacionales según país de residencia

	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor absoluto	Variación anual	Valor absoluto	Variación anual
TOTAL	**4,314,612**	**-0.92**	**83,701,011**	**1.08**
Reino Unido	790,507	-7.70	18,078,076	-2.41
Alemania	497,204	-7.42	11,176,545	-2.09
Francia	556,780	0.53	11,156,671	-1.21
Países Nórdicos	366,118	-2.20	5,548,745	-4.39
Italia	306,017	2.72	4,542,709	3.49
Estados Unidos	174,976	5.88	3,332,654	12.61
Países Bajos	164,461	6.86	3,701,944	-3.98
Portugal	136,636	-8.40	2,440,746	4.11
Bélgica	129,533	12.35	2,538,829	1.34
Suiza	89,314	-7.37	1,824,839	-3.10
Irlanda	84,455	-10.00	2,177,106	6.03
Rusia	51,852	-14.42	1,311,746	6.86
Resto de Europa	346,954	1.35	6,415,281	6.86
Resto de América	237,818	16.86	3,784,482	10.95
Resto del mundo	381,988	7.64	5,670,638	10.32

Fuentes: INE

Asimismo, es evidente el efecto positivo que ha tenido el promocionar y estimular el turismo en China tanto en el crecimiento económico como en el consumo y empleo social. Esto ha convertido a la industria turística muy importante para la economía nacional. Además, según el informe de 2019 de la Organización Mundial del Turismo, China también se encuentra entre los diez primeros países del mundo en términos de recepción e ingresos turísticos.

Principales indicadores de desarrollo de la industria turística de 2016 a 2019

años	número de turistas nacionales (millones)	Ingresos por turismo nacional (billones)	número de turistas receptores(millones)	número de turistas emisores(millones)	ingresos totales por turismo(billones)
2016	443.50	3.94	13.84	12.20	4,690.00
2017	550.10	4.57	13.95	13.05	5,400.00
2018	553.90	5.13	14.12	14.97	5,970.00
2019	600.60	5.73	14.53	15.46	6,630.00

La fuente:ministerio de cultura y turismo de China

En 2019 el mercado del turismo interno y el mercado del turismo emisor en China han

crecido de manera constante. La base del mercado del turismo receptor se ha vuelto cada vez más sólida. El número de turistas nacionales a lo largo del año fue de 600,6 millones, un aumento del 8,4% respecto al mismo período del año pasado; el número de turistas receptores fue de 14,53 millones, un incremento del 2,9% respecto al mismo período del año pasado; el número de turistas emisores fue de 15,46 millones, un incremento del 3,3% respecto al mismo período del año pasado. Los ingresos totales por turismo fueron de 6.630 billones de yuanes, un aumento interanual del 11,1%.

Los diversos destinos turísticos se basan, sobretodo, en la inigualable cultura costera, el clima agradable y las características singulares de los recursos marinos y portuarios. La industria es ligeramente mejor en términos de atracción turística y competitividad del mercado que otros lugares. El turismo costero se ha convertido en un elemento importante. Por ello, algunas personas consideran a China como la primera opción para vacacionar. Con el aumento de turistas, el desarrollo continuo y la más elevada protección de la industria del turismo, se ha logrado despertar cada vez más la atención de la gente hacia el turismo.

Este artículo combina el desarrollo actual del turismo costero en los dos países, analiza su situación actual, resume sus tendencias de desarrollo y propone contramedidas e innovaciones para el desarrollo sostenible del turismo costero en los dos países.

2. Un análisis del desarrollo actual del turismo costero en España

2.1. Panorama general de los recursos turísticos en España y las zonas costeras.

España es uno de los países más desarrollados del mundo para el turismo y constituye un pilar vital de la economía nacional. Tanto el número de llegadas de turistas como los ingresos ocupan el segundo lugar en el mundo, por lo que cuenta con sistemas y recursos turísticos prósperos. España tiene la reputación de ser el reino del turismo. De hecho la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas tiene su sede en Madrid.

Son muchos los factores que han contribuido al desarrollo eficaz del turismo en España, pero el más notable es que se ha aprovechado muy bien su extraordinaria zona costera, así como sus recursos climáticos.

España tiene una superficie total de 505.925 kilómetros cuadrados (incluidos 499.542 kilómetros cuadrados de tierra y 5.240 kilómetros cuadrados en archipiélagos). Ocupa el quinto lugar en Europa en superficie territorial. Está a unos 830 kilómetros desde el punto más septentrional hasta el punto más meridional y es el más largo siendo de 1.000 kilómetros de este a oeste. La mayor parte del territorio se encuentra en la Península Ibérica. Limita al oeste con el océano Atlántico y Portugal; al norte con el mar Cantábrico, al noreste con Francia y Andorra, al otro lado de la cordillera de los Pirineos; al este con el mar Mediterráneo y al sur con Marruecos, en las fronteras de Ceuta y de Melilla en el continente africano.

El clima en todo el territorio español es muy diverso. El clima en el sur y la costa se llama clima mediterráneo. A excepción del verano, hay temperaturas suaves y lluvias casi todo el año.

Tras entrar en el interior, dado que el clima mediterráneo cubre toda la Península Ibérica, el clima se vuelve más extremo, con bajas temperaturas en invierno y altas en verano, con precipitaciones irregulares (dependiendo de la ubicación geográfica). Generalmente, las comunidades occidentales reciben más precipitaciones que las comunidades orientales. Por tanto, Galicia y el Cantábrico tienen un clima marítimo, con abundantes precipitaciones durante todo el año, especialmente en invierno, con bajas temperaturas.

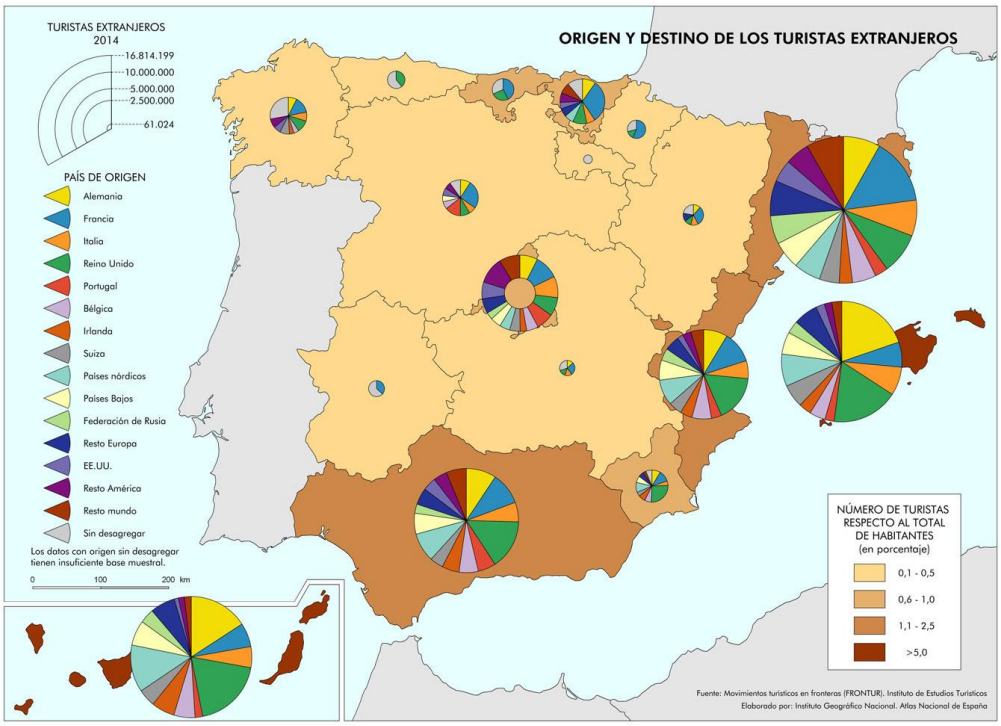
España utiliza estos atractivos naturales junto con sus ricos recursos históricos y culturales para desarrollar una variedad de rutas turístico-culturales que, sin duda alguna, satisfacen los gustos personales de los turistas. Por ejemplo, son altamente recomendados los viajes a Andalucía, ciudad de luz de sol y cultura o los viajes a Toledo, ciudad aún marcada por la cultura judía. Igualmente, las numerosas visitas por todo el país a castillos, a hermosas viñas, a galerías de arte, a sitios arquitectónicos populares, a degustaciones gastronómicas, por mencionar sólo algunas, complacen al más exigente de los turistas.

España también ha abierto tres importantes rutas de turismo cultural: el Camino de Santiago, el Camino de la Plata y el Camino de Don Quijote. Especialmente las rutas de peregrinaciones como la Ruta de Santiago son un atractivo turístico muy exitoso en España.

Numerosos museos, galerías de arte, iglesias y ciudades antiguas son una parte importante del turismo cultural español. La gastronomía es sin duda una de las cosas más atractivas y características de España. Es una gran zona productora de uvas, olivos y naranjos. Su costa es rica en sardinas. Es un paraíso para los gourmets y cada región tiene su propia y famosa cultura gastronómica. (Zhang Hongying, 2008)

España considera el turismo como un sector esencial de la economía nacional. Con su ubicación geográfica y ventajas en recursos turísticos, el turismo se ha convertido en una

industria fundamental. El turismo en España se ha desarrollado rápidamente; tanto en términos de recepción turística internacional como en ingresos turísticos internacionales. La velocidad de desarrollo es superior a la del turismo mundial y la tasa de crecimiento promedio de los recursos turísticos de España lo es también.



Su situación geográfica es muy favorable ya que se encuentra cerca de la principal fuente de turistas. El 90% de los turistas que recibe España cada año son turistas europeos. Los viajes en automóvil a España de turistas de países vecinos de un día, viajes de fin de semana o viajes de vacaciones cortas son todos muy comunes. Por ello, el primordial objetivo del mercado de turismo masivo está principalmente enfocado hacia los países vecinos.

Generalmente España cautiva a los turistas por su excelente clima e inigualables playas; atrayendo principalmente a turistas europeos y estadounidenses. Cada año millones de personas se acercan a la costa para disfrutar del calor del sol y de los amenos paseos por la playa que hacen de España el destino turístico preferido de muchos. Entre estas zonas predilectas se encuentran las famosas ciudades turísticas costeras como Barcelona, Valencia, Málaga, Bilbao, por mencionar algunas.

Descripción general de las ciudades

Barcelona

Barcelona es una ciudad portuaria de Cataluña. Es un destino turístico mediterráneo de fama mundial. Barcelona es una ciudad histórica y cultural de reconocimiento internacional y, de hecho, la base comercial, industrial y financiera más importante de España. El Port de Barcelona es el puerto y la terminal de cruceros más grande de la costa mediterránea y el puerto integrado más grande de España. Barcelona, conocida como la "Perla de la Península Ibérica", con un clima agradable, hermosos paisajes y numerosos monumentos históricos, es la atracción turística más renombrada de España. Es una antigua ciudad cultural conocida como el “Manhattan Mediterráneo”.

Fuentes: Viajes Carrefour

Por un lado, Barcelona conserva el pintoresco estilo del casco antiguo y, por otro lado, tiene un barrio nuevo lleno de edificios modernos. Las pinturas catalanas han llegado a ser célebres y reconocidas a nivel mundial. La tan concurrida basílica de la Sagrada Familia, así como la arquitectura modernista única del prestigioso artista Antonio Gaudí se han convertido en el sello distintivo de la ciudad. Para contemplar estos sitios, millones de turistas visitan la ciudad todos los años. Las playas de la zona del puerto son ideales para las vacaciones de verano. Desde el punto más alto de la ciudad, Montjuïc o el cercano Tibidabo, se pueden contemplar vistas panorámicas impresionantes de Barcelona.

Muchos edificios famosos de Barcelona se concentran en el Barrio Gótico, en el corazón de la ciudad vieja, donde hay muchos edificios de la Edad Media e incluso de la época romana. Las numerosas construcciones modernistas de mediados del siglo XIX y mediados del siglo XX han añadido un sobresaliente número de edificios destacados a Barcelona, especialmente las obras arquitectónicas diseñadas por Antonio Gaudí. Entre estos edificios modernistas, ocho están catalogados como Patrimonio de la Humanidad. Además, hay una gran variedad de museos y galerías en Barcelona que exponen colecciones de obras de diferentes regiones y diferentes épocas.

Valencia

Valencia es la tercera ciudad más grande de España y el segundo puerto marítimo más grande del país. Es conocida en Europa como “La Ciudad del Sol". Está situada en la parte sureste de España, con hermosas vistas al mar por el este y vastas llanuras al oeste. Es famosa por su estación perenne y su grato clima. Es "una joya en la costa oeste del Mar

Mediterráneo". Valencia es una ciudad portuaria e industrial y la capital de la Comunidad Autónoma de Valencia y la provincia de Valencia. Esta ciudad celebra cada mes de marzo la tan esperada Fiesta de las Fallas. Está conectada con las principales ciudades como son Madrid, Barcelona y Zaragoza mediante autobuses y trenes de alta velocidad.

Fuentes: Besthqwallpapers

Debido a su proximidad al Mar Mediterráneo, Valencia es muy rica en mariscos. Unido a su tierra fértil, esta ciudad respira aire limpio durante todo el año. Valencia se ha convertido en el absoluto "paraíso gastronómico" de España. El plato más famoso proveniente de esta tierra es la paella, la cual incluso ha llegado a convertirse en un símbolo de España.

Valencia es también uno de los destinos turísticos más famosos por sus hermosas playas, abundante sol (300 días al año), por su gran número de monumentos históricos y coloridas fiestas populares que atraen a innumerables turistas nacionales y extranjeros. (Guía de la ciudad europea: Valencia, 2016)

En cuanto a lugares a visitar, las playas de La Malvarrosa y Levante se han convertido en lugares en los que se puede disfrutar de una deliciosa comida, canto y baile junto al mar. La parte sur de la ciudad es famosa por sus diversos paisajes naturales y por sus hermosas playas como La Playa del Saler, así como por sus bellos y peculiares parques como el Parque Natural de la Albufera. En lugares como estos se puede disfrutar del sol gratuitamente. Las playas de Cullera, Gandía y Oliva son famosas por sus innumerables instalaciones deportivas y de ocio. La provincia de Valencia también cuenta con numerosas rutas turísticas y atractivos turísticos de interés, como el Tour del Río Turia y los singulares pueblos de Bounier, Requena y Chativa.

Málaga

Situada en la costa sur de España, con una temperatura media anual de 23 grados y un clima agradable, Málaga es una ciudad portuaria conocida por sus playas de arena amarilla. Si quieres conocer los lugares más famosos de España-Andalucía, Málaga es el lugar más

indicado. Está muy cerca de las ciudades más famosas de Andalucía, como Marbella, Granada, Sevilla y Córdoba. El entretenimiento en Málaga es uno de los mejores de España, como el parque temático "Tivoli World" en la Costa del Sol; tres parques acuáticos, el nuevo Zoo de Fuengirola y el suburbano "Costa del Sol" (Mijas), así como el famoso Crocodile Park, por nombrar algunos. Ahora bien, el lugar más famoso de Málaga es el "Selwo Adventure Park", el cual es el único parque temático de aventuras, animales y naturaleza de Europa.

Fuentes： Espanafascinante

En Málaga se puede disfrutar de la popular "dieta mediterránea"; diversos pescados fritos, sardinas frescas a la plancha y una gran variedad de mariscos. Los ingredientes son de primera, únicos; realmente vale la pena probarlos. El vino tinto dulce de la región también es particularmente delicado. Además, Málaga aún conserva auténticas tapas andaluzas.

Cabe mencionar que esta es la ciudad natal del célebre pintor Pablo Picasso, quien dijo una vez: “Las personas que no han experimentado el sol de Málaga no pueden crear arte de pintura cubista.”

Bilbao

Situada en el norte de España, Bilbao es el asentamiento original de navegantes en el País Vasco, famoso por la exportación de mineral y la fabricación de artículos de hierro. Bilbao tiene hermosos paisajes, así como bosques, montañas, playas y paisajes costeros, atrayendo a innumerables viajeros cada año por turismo y ocio. La Plaza Mayor, ubicada en el centro de la ciudad, es también el centro geográfico de la ciudad antigua. El estilo es clásico, a la vez que moderno y los colores que predominan en las edificaciones son un tanto peculiares. El encanto cultural de Bilbao verdaderamente no se puede resistir. Tiene dos de las mejores galerías de arte de España, 6 museos temáticos, exposiciones de arte contemporáneo y coloridos programas culturales: ópera, sinfonía, teatro, danza, cine, música ligera y rock. (visitspain, 2020)

Fuentes：
Spain.info

La ciudad tiene atracciones como el Museo Guggenheim, el Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna, el puente peatonal Volantin y el puente de la autopista que cruza el Guggenheim. El Museo Guggenheim de Bilbao se ha convertido en un motor de la cultura y el turismo en el País Vasco. Este espectacular edificio (Frank Gehry, 1997) está cubierto con placas de titanio. En el interior del museo hay una serie de importantes colecciones de arte, además de que comparte las más grandes e importantes colecciones privadas de arte moderno y contemporáneo junto con Nueva York y Venecia.

La comida en Bilbao es un arte. Muchos restaurantes locales de renombre ofrecen cocina tradicional como también comida innovadora. Por supuesto, también puedes degustar bocadillos típicos exquisitos en diferentes bares y restaurantes. Una variedad de bocadillos que puede satisfacer el apetito del gusto más exigente.

Adicionalmente, Bilbao es el hogar de las últimas tendencias de moda. Las vanguardias de arte, moda, música y ocio se despliegan de lleno en esta ciudad. Las últimas tendencias comerciales, así como los conciertos a gran escala de música rock y música en directo lideran la ciudad. Un transporte moderno y una red de carreteras bien comunicada conectan las principales ciudades del País Vasco con los alrededores de Bilbao, Vitoria y San Sebastián.

El territorio de España también incluye las Islas Baleares en el Mediterráneo, las Islas Canarias en el Atlántico y Ceuta y Melilla en el norte de África. Estas islas son atracciones turísticas de renombre internacional.

Descripción general de las islas

Ibiza

Ibiza pertenece a las Islas Baleares. Ibiza es la isla con mayor concentración de famosos por metro cuadrado y cuna de la música “chill out”; es famosa por su excitante vida nocturna y música electrónica.

La altitud de Ibiza es más alta en el norte que en el sur por la existencia de numerosas montañas de piedra caliza en esta zona. El pico más alto, Sa Talaia, se encuentra a 475 metros sobre el nivel del mar. Con abundantes precipitaciones y hermosos paisajes rurales, es la más fascinante del archipiélago. Cultiva principalmente aceitunas e higos, cítricos, uvas y maíz. Hay industrias textiles y de fabricación de jabón. Principalmente exporta aceite de oliva, frutas, cereales y vino. Hay muchas playas hermosas alrededor de la isla, con un clima agradable y extraordinarios paisajes naturales.

Ibiza es una isla que combina muy bien lo antiguo y lo moderno. El castillo de la colina y las tiendas modernas con carteles luminosos al pie de la colina son un ejemplo de ello. Si bien los residentes de la isla están orgullosos de su cultura ancestral, también están dispuestos a aceptar cosas nuevas y modernas. En los días festivos, las calles y callejuelas siempre están llenas de bandas locales ofreciendo exhibiciones de baile y música. Nunca te sientes solo en Ibiza. Conciertos al aire libre también son una excelente actividad para disfrutar cuando cae la noche.

Todos los años atrae a una gran cantidad de turistas extranjeros, especialmente turistas británicos, mucha gente cree que Ibiza es la más colorida de muchas islas, una fusión perfecta de isla y mar.

Mallorca

Mallorca es la isla más grande de las Islas Baleares. Junto con Menorca, Ibiza y Formentera, forma la comunidad balear en la zona más oriental de España. El turismo casi sustenta la economía de toda la isla de Mallorca y también es la fuente de ingresos más importante. La isla de Mallorca está llena de sitios de belleza natural como playas de arena, escarpados acantilados y campos plantados de olivos o almendros.

Con más de 300 días de sol al año, no sorprende que se le llame "el paraíso del Mediterráneo". Mallorca es una reconocida isla turística en Europa. Además, es la ciudad natal de la estrella del tenis español Rafa Nadal y el lugar donde tuvo lugar la romántica historia de amor de Frédéric Chopin. Mallorca evidentemente tiene unas condiciones climáticas muy favorables lo cual atrae turistas a lo largo del año. Mallorca no solo tiene bellísimas playas sino también impresionantes montañas hacia el noroeste, aptas para senderistas.

Tenerife

Tenerife es la más grande de las siete Islas Canarias en el Océano Atlántico cerca de la costa de África. También es la isla más poblada de España, con una superficie de 2.034,38 kilómetros cuadrados y con una población de 898.680 habitantes, que representan el 43% de la población total de Canarias.

Tenerife es la isla más grande y poblada de la zona natural del archipiélago de la Macaronesia. Situada a 28°19’ de latitud norte y 16°34’ de longitud oeste, está formada por volcanes así como también lo están otras islas de Canarias. Es de notar que, el punto más alto de España, el Teide (3.718 m), se encuentra en esta isla.

Cerca de cinco millones de turistas visitan Tenerife cada año, lo que la convierte en la isla más visitada de las Islas Canarias. Es uno de los destinos turísticos más importantes de España y del mundo. Tenerife tiene uno de los carnavales más grandes a nivel mundial. Cabe destacar que este carnaval llamado El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife está siendo designado como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Descripción general de las zonas litorales

España está cerca de Francia en el norte y está relativamente cerca de algunos países desarrollados de Europa, con una red de transporte completa y moderna. Entre los viajeros que visitan este fascinante país, los turistas franceses representaron el mayor número de turistas extranjeros, seguidos por los turistas de Gran Bretaña, Alemania, los Países Bajos, Bélgica y los países nórdicos en años recientes.

Aparte del factor distancia cercana que indudablemente influye en que esto sea así, la razón principal de que dichos turistas provengan de estos países, se debe especialmente a las diferencias en las condiciones climáticas. Algunos de los países mencionados anteriormente tienen un clima más bien oceánico templado, con muchos días nublados y brumosos, de alta humedad. Mientras que España, por el contrario, tiene un clima mediterráneo, con más días soleados y poca humedad. Además, el litoral español es largo, llano y estirado, la arena de sus playas fina y suave y el mar tranquilo y azul. Los visitantes pueden venir aquí para tomar el sol, bañarse en el mar y degustar mariscos. Los españoles dicen con orgullo: "Exportamos el sol y la playa". España construye zonas turísticas según las distintas características de las costas.

Costa del Luz

La "Costa del Luz" se encuentra en la costa mediterránea del sur de España. Tiene más de 200 kilómetros de longitud y es conocida como una de las seis playas más idóneas del mundo y una de las cuatro principales zonas turísticas de España. La costa conecta cerca de un centenar de ciudades pequeñas, medianas y muchas aldeas costeras que anteriormente estaban escasamente pobladas se han convertido ahora en puntos turísticos modernos. Es uno de los centros turísticos más populares de Europa.

El clima es templado, con mucho sol y hay igualmente más de 300 días de sol durante todo el año, por lo que se le llama la "Costa del Luz". La Costa del Luz no solo es de una belleza incomparable y clima cálido, sino que además sus muelles y puertos son de una magnificencia notable. Desde su finalización en 1982, ha ganado dos veces el premio World's Best Wharf. En el muelle donde atracan los barcos, hay muchos apartamentos, tiendas de moda y restaurantes de alto nivel que, además de brindar deliciosos platos, tienen un estilo arquitectónico morisco muy llamativo.

Costa del Sol

La Costa del Sol es un área en la costa mediterránea de la provincia de Málaga de Andalucía en el sur de España, entre la Costa de la Luz y la costa tropical. La zona tan sólo solía estar formada por unos tranquilos pueblos de pescadores, pero en la segunda mitad del siglo XX se convirtió en un destino turístico de alcance mundial.

La Costa del Sol tiene, como el resto del litoral de España, un clima placentero con una temperatura media anual de 19° C y una duración de sol de más de 300 días. Posee la mayor cantidad de playas de toda la comunidad autónoma andaluza. Se ubica entre tres regiones ecológicas marinas: Lusitana, Mauritania y el Mediterráneo, por lo que posee una rica biodiversidad.

Costa Blanca

La Costa Blanca consta de más de 200 kilómetros de costa en la provincia de Alicante, España. Se extiende desde Denia en el norte hasta Pilar de la Horadada en el sur. Consiste de 244 kilómetros de playas, bahías y acantilados. Al norte se encuentra la costa de Valencia y al sur la Costa Cálida (Región de Murcia).

Los distintos paisajes de esta zona contrastan intensamente debido a escarpados acantilados, playas, montañas, lagunas y salares. La variedad ecológica hace que encontremos allí hasta cuatro parques naturales: El Montgó, El Marjal Oliva-Pego, el Peñón de Ifach y las Lagunas de la Mata y Torrevieja. No faltan enclaves naturales con gran presencia de aves migratorias y diferentes especies de peces mediterráneos, típicos de la zona.

Costa tropical

La Costa Tropical se encuentra en el sur de España, en la costa mediterránea de la provincia de Granada en Andalucía. A veces se le llama “Costa de Granada”. Las costas tropicales son principalmente áreas agrícolas, pequeñas ciudades y pueblos turísticos. En comparación con el resto de la costa española, la costa tropical es única porque Sierra Nevada está cerca del Mediterráneo, por lo que la costa es más accidentada.

Debido a las montañas, la costa está protegida del viento frío del norte y el tiempo de sol anual es de 320 días con aproximadamente 20° C. La costa tropical es rica en lugares de interés histórico, que incluyen pinturas de cuevas prehistóricas cerca de Nerja; muchos restos de ruinas romanas, que incluyen carreteras, puentes, edificios, fábricas de pescado y sal, además de sistemas de riego que todavía se utilizan hoy. Conquistadores árabes gobernaron

la zona durante muchos siglos en la antigüedad. (Asociación de Puertos de Cruceros del Mediterráneo, 2020)

Costa Dorada

La Costa Dorada, ubicada en la costa del Mar Balear en el Mediterráneo, en la provincia de Tarragona, limita al norte desde el río Foix hasta el Delta del Ebro. El nombre obedece al característico color de las arenas de sus playas bajo la luz del sol.

Uno de los atractivos turísticos de la Costa Dorada es el centro de ocio Port Aventura World, ubicado entre las ciudades de Vilaseca y Salou, cerca de la capital provincial de Tarragona. Además, la Playa del Vendrell, Roc de San Gaieta, Rar de Ará, Conjunto Arqueológico de Tarragona y otros lugares fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO el 30 de noviembre de 2000. (UNESCO, 2000)

El interior de la Costa Dorada también cuenta con un patrimonio natural extraordinario. Destaca especialmente el Parque Natural Sierra del Montsant, catalogado como un valor importante por las especies naturales y vegetales que lo habitan. El parque es altamente representativo de la zona y consta de una gran biodiversidad.

2.2. Fortalezas.

El gobierno concede gran importancia al desarrollo del turismo e implementa una estrategia de promoción turística.

El número de turistas que visitaron España en 2013 fue de 60.6 millones de personas. La industria del turismo en España aporta el 11% del PIB y crea el 16% de las oportunidades de empleo. También cabe mencionar que en España toda la sociedad tiene un fuerte sentido hacia el turismo. Los gobiernos y departamentos relevantes de todos los niveles prestan atención a la industria turística no solo de palabra, sino con apoyo real y práctico. (Heraldo, 2019)

La industria turística se ha convertido en un motor de crecimiento y creación económica local, fomentando puntos de crecimiento para el empleo. El turismo se ha establecido como eje estratégico para la recuperación económica del país. El propósito del establecimiento del Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas es apoyar económicamente el plan de transformación y modernización de destinos turísticos prósperos; desarrollado conjuntamente por el gobierno local y empresas turísticas privadas.

Comúnmente, cada ciudad turística cuenta con un centro de información turística cuya función es atender a los turistas. Estas se han convertido en verdaderas ventanas que atienden los servicios turísticos locales satisfactoriamente. (Chen Yan, 2016)

Promulga la "Ley de Turismo" para fortalecer la supervisión de la industria del turismo a fin de garantizar el sano desarrollo de la industria del turismo.

De acuerdo con diferentes leyes de turismo emitidas por varias regiones, el gobierno propone políticas turísticas para ayudar a la industria a ser más competitiva, innovadora y

sostenible. Entre ellos, la "Ley de Turismo"(Real Decreto 2804/1983), la cual especifica las funciones y poderes de los departamentos gubernamentales competentes, así como el código de conducta de diversas empresas turísticas. En cuanto al rol y autoridad de las autoridades gubernamentales, se especifica el nombre, origen y autoridad competente, así como, los reglamentos básicos sobre la gestión de empresas turísticas, la captación de fondos para el desarrollo, la atracción de inversión extranjera, la atención de quejas, la formulación de proyectos de reglamento, la realización de educación y capacitación en turismo, etcétera.

Estas regulaciones determinan realmente las normas de las relaciones legales verticales en el campo de las actividades turísticas. Además, se formuló el Plan Nacional e Integral de Turismo para tomar una serie de medidas durante el período de 2012-2015. El objetivo de este es mejorar la competitividad de empresas y destinos turísticos a través de la participación activa tanto de departamentos de la administración pública como de empresas privadas, trabajadores y otros agentes turísticos; con el propósito de que en el futuro, quizás en décadas, España haya restablecido su posición de liderazgo máximo en la industria turística mundial. (PNIT 2012-2015)

Da importancia a la protección duradera de los recursos turísticos y sensibiliza a los turistas de la industria de servicios.

El gobierno apoya la protección ambiental. En la conclusión del parlamento de Gotemburgo en junio de 2001, los estados miembros de la Unión Europea enfatizaron la necesidad de integrar el desarrollo ambiental y sustentable en diferentes políticas y utilizarlo como una propuesta de reforma futura. (Conclusiones De La Presidencia Consejo Europeo De Gotemburgo, 2001)

España, como miembro de la Unión Europea, también implementa este principio y práctica elaborando módulos de sensibilización ambiental para la industria turística e incorporando la protección del medio ambiente en todas las acciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo. Por otro lado, en los cursos impartidos de docencia se desarrolla un manual de formación con el fin de sensibilizar al personal de turismo sobre los conceptos ambientales y la normativa turística sostenible.

Adopta una variedad de métodos para fortalecer la promoción del turismo y abrir el mercado turístico internacional (PEM TURESPAÑA 2018-2020).

España concede gran importancia a los potenciales turistas extranjeros y se especializa en actividades de marketing online como la captación de leads para atraer a turistas de calidad, principalmente a través del e-mail marketing, exhibiciones publicitarias tradicionales y redes sociales. De esta forma, se desarrollan futuras actividades de marketing aumentando la base de datos de usuarios.

Innova sitios web de promoción turística para diferentes consumidores, mostrando diferentes estilos turísticos de España. Utiliza elementos multimedia basados en imágenes y vídeos de alta calidad para aumentar el interés de los visitantes por el turismo español y así atraer a más turistas.

Tiene una fuente estable de turistas y una red de transporte completo.

España tiene una excelente red de transporte y carreteras, ferrocarriles y rutas aéreas

bien desarrolladas. En particular, hay muchos destinos turísticos costeros con puertos y aeropuertos que conectan muchos países europeos. Promueve la comodidad del transporte para viajar a y dentro de España. Hace campañas de publicidad para fomentar los viajes en cruceros, así como los viajes de corta duración. Para países como Reino Unido, Francia o Alemania es un destino turístico muy conveniente y popular.

2.3. Debilidades

El turismo costero es estacional y, en temporadas altas, el número de turistas es muy elevado. Esto aumenta la dificultad de la gestión de las playas y resulta también en el uso excesivo de recursos naturales.

La estacionalidad turística es obviamente un fenómeno existente a nivel mundial y España no es la excepción. En las temporadas turísticas de verano y otoño, muchos lugares escénicos en los destinos turísticos están superpoblados, incluso excediendo la capacidad de estos. Esto plantea serios desafíos para el transporte, alojamiento de turistas, así como otras infraestructuras y capacidades de recepción que también se ven afectadas. Por ejemplo, la dificultad de la gestión de las playas acrecienta significativamente en estas estaciones del año. Dado que la principal motivación para los turistas al visitar España es el ocio y el entretenimiento, en muchas ocasiones esta llega a ser desmedida. Por otro lado, existe gran demanda del consumo de productos de sol de playa, lo cual deriva en que el desarrollo del turismo no esté bien equilibrado.

Restricciones de idioma.

Si bien el español es la segunda lengua más grande del mundo, siendo la lengua materna de países tales como España o países de América Latina, la mayoría de los turistas que visitan España no dominan este idioma. Por otro lado, el inglés que es el idioma mundial más hablado, aún no es dominado por la gran mayoría de los españoles. Esto produce un efecto limitante para los turistas extranjeros.

Dependencia del mercado europeo, menos propaganda dirigida hacia países asiáticos y falta de conexiones aéreas.

España es un destino turístico muy popular para otros países europeos, especialmente el Reino Unido, Francia, Alemania, por nombrar algunos. Por lo tanto, no sorprende que la industria turística española dependa en gran medida de estas importantes fuentes turísticas.

Debido a la falta de cumplimiento legal y alcance comercial, en cuanto a métodos de marketing o publicidad, en comparación con otras regiones, los turistas de países con potencial de crecimiento (región Asia-Pacífico) no tienen mucha comprensión del turismo español. Por ello carecen de interés para visitar España. Tampoco se les presentan rutas directas y cómodas para visitar el país. Esto restringe la visita de turistas de Asia y del Pacífico.

Escasez de profesionales turísticos bien formados.

La formación e innovación del personal del sector del turismo es difícil de implementar, la tasa de rotación de empleados es alta y el nivel de gestión de recursos humanos es insuficiente para satisfacer las necesidades de contratación. El modelo de gestión del conocimiento del sistema turístico español se basa en un sistema estadístico amplio y reconocido, pero no puede responder de forma eficaz a las nuevas necesidades del sector. El predominio de las pequeñas y medianas empresas en el sector turístico dificulta la implantación de políticas eficaces de innovación y formación de los profesionales del turismo.

2.4. Oportunidades

Desarrollar el turismo de navegación y el turismo inmobiliario.

Si bien España mantuvo los atractivos turísticos tradicionales de “sol y playa”, también aprovechó al máximo las excelentes zonas marítimas, los puertos y sus recursos; desarrolló vigorosamente el turismo marítimo y el turismo inmobiliario lo cual produjo importantes beneficios económicos.

Existen diversas terminales deportivas a lo largo de la costa de España, lo que ha supuesto un mayor atractivo para la industria turística local. Además, en respuesta a las características de los europeos ricos amantes de los yates privados, Mallorca ha desarrollado una serie de puertos deportivos.

Dado que el turismo es una industria cada vez más constante y segura, cada vez son más los individuos y familias enteras que se mudan a las zonas costeras de España, especialmente para trabajar en el sector del turismo. Esto ha jugado un papel positivo en la promoción de la economía inmobiliaria turística local.

Crecimiento de la demanda de productos turísticos.

Con el desarrollo de la economía y el cambio en la mentalidad de la gente, cada vez más personas tienen la necesidad de viajar al extranjero. Conjuntamente, por el creciente número de: viajes de novios, viajes por atención médica, viajes de compras, entre otros, la cantidad de los productos turísticos requeridos va en aumento.

Como un país turístico famoso, España tiene playas de primera. Las infraestructuras (carreteras, redes ferroviarias, aeropuertos, puertos, etc.), alojamientos de alta calidad y profesionales de alta cualificación atraerán a más turistas de todo el mundo para conseguir el objetivo "mundial" del turismo español.

Crear oportunidades laborales.

El turismo, como se ha mencionado antes, es una industria clave en España. Miles de oportunidades de empleo están relacionadas directa o indirectamente con el turismo. Al mismo tiempo, el turismo también impulsa el desarrollo de la industria de servicios. Por lo tanto, el turismo está expandiendo la demanda interna, estimulando el crecimiento económico y mejorando la vida de las personas. De la misma forma, el aspecto de la calidad ha jugado un papel cada vez más importante, mostrando su gran influencia y valor único en la industria. El desarrollo de la industria turística impulsará el nivel de ingresos y tendrá un mayor crecimiento; a la vez que creará más oportunidades de empleo para paliar la alta tasa de desempleo en España.

2.5. Amenazas

El desarrollo regional del turismo no está equilibrado.

Durante mucho tiempo en el pasado, España ha dirigido una gran cantidad de inversión nacional y extranjera a la zona costera, lo que ha resultado en un flujo de pasajeros excesivamente concentrado en estos puntos costeros. Dando como resultado que muchas áreas del interior, con ricos recursos turísticos, no se hayan podido solidificar como zonas turísticas desarrolladas debido a factores como la falta de recursos y apoyo, así como el retraso en el transporte y las comunicaciones.

La excesiva concentración del turismo internacional en seis comunidades autónomas, cinco de las cuales están estrechamente relacionadas con "sol y playa". Entre ellas, Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid, las cuales suponen más del 90% de las llegadas, han conducido al desarrollo desigual del turismo en toda la región española. (Ouhua,2018)

El impacto de la alta carga del turismo en el medio ambiente.

Además de la falta de las limitaciones necesarias para las empresas extranjeras en el uso de capital extranjero en el pasado, se han construido muchos hoteles y conjuntos de apartamentos en la Costa de Oro que son demasiado altos, numerosos y enormemente masivos. La costa se ha convertido en una jungla de asfalto. La industria turística altamente

desarrollada también ha traído algunos problemas ambientales puesto que no solo han dañado gravemente el paisaje natural, sino que también han provocado muchos problemas que impiden la adecuada protección del medio ambiente.

Afecta la vida diaria de los residentes locales en las ciudades turísticas.

La gente en algunas ciudades turísticas considera que el rápido desarrollo del turismo afecta su vida diaria y también desafía el sistema de planificación y gestión municipal existente, lo que lleva a un aumento de los precios y el costo de la vivienda en algunos lugares. Los recursos públicos urbanos se vuelven más escasos; algunas ciudades están atrapadas debido a la excesiva dependencia de la industria del turismo. El patrón de desarrollo económico e industrial proviene exclusivamente del turismo. El aumento de turistas de varios países también ha traído contaminación ambiental, destrucción ecológica y daños a sitios históricos. Lo cual también afecta y trae disconformidad entre los residentes locales. (Hanjie, 2019)

Productos turísticos únicos, actualización lenta de instalaciones turísticas y disminución de la calidad de los servicios.

El ritmo de renovación de la infraestructura no puede seguir el ritmo del rápido desarrollo de la industria del turismo, lo que provoca una disminución de la calidad de los servicios y una falta de personal de servicio profesional. Al mismo tiempo, dado que los productos de sol y playa tienen que cumplir unas características muy singulares, carecen de innovación.

Con el desarrollo del turismo emergente, la competencia internacional por el desarrollo del turismo costero es intensa.

Debido a la diversificación del turismo, la gente ya no solo está interesada en la cultura del turismo de playa, sino también en el turismo rural emergente, el turismo de aventura o el ecoturismo, los cuales se están volviendo cada vez más populares. El desarrollo del turismo es altamente competitivo y con el auge de otros países emergentes en la industria del turismo, las personas tienen más opciones para determinar sus destinos turísticos.

3. Análisis del desarrollo del turismo costero en China

3.1. Situación general de los recursos turísticos en China y zonas costeras

La superficie terrestre de China es de unos 9.600 millones de kilómetros cuadrados, la costa continental este y sur tiene más de 18.000 kilómetros y la superficie de agua del mar interior y del mar fronterizo es de unos 4.700 millones de kilómetros cuadrados. Hay más de 7.600 islas grandes y pequeñas en el mar, entre las cuales la isla de Taiwán es la más grande con un área de 35.798 kilómetros cuadrados. China limita con 14 países y es adyacente a 8 países por mar.

China es un país montañoso. El terreno es generalmente alto en el oeste y bajo en el este. El clima es complejo y diverso. Hay clima monzónico templado, clima monzónico subtropical, clima monzónico tropical, clima de bosque lluvioso tropical, clima continental templado y clima de meseta montañosa, así como otros tipos de clima de sur a norte a través de los trópicos, zonas de clima subtropical, templado cálido, templado medio y templado frío. Esto muestra la riqueza de los recursos turísticos del país.

China es un país con grandes recursos turísticos, con una abundancia de sitios históricos, magníficas montañas, ríos y coloridas costumbres étnicas. Estos recursos turísticos se encuentran entre los mejores del mundo. En la actualidad, los dos principales cinturones turísticos que se han desarrollado plenamente en China son las rutas turísticas tradicionales en forma de “S” basadas en ciudades históricas, políticas y culturales como Beijing, Xi'an, Shanghai, Suzhou y Hangzhou; la península de Liaodong, la península de Shandong, el delta del río Yangtze y el delta del río Pearl y otras áreas costeras abiertas son las rutas turísticas en forma de media luna. Además, las largas tradiciones de la canción y danza folclórica, la ópera y las costumbres culturales de las minorías étnicas son también una parte característica de los recursos turísticos de China.

A partir de 2019, China ha sido aprobada por la UNESCO para ser incluida en la "Lista del Patrimonio Mundial" con 55 lugares Patrimonio Mundial de China (incluidos 14 patrimonios naturales, 37 patrimonios culturales, 4 patrimonios duales y 1 proyecto transnacional).

En términos de cantidad, ocupa el primer lugar en el mundo junto con Italia. Entre ellos, la capital Beijing tiene 7 sitios del Patrimonio Mundial y es la ciudad con más elementos patrimoniales del mundo.

Según el Informe Nacional de Consumo Turístico de 2019, las diez principales fuentes turísticas de turismo receptor son Japón, Australia, Corea del Sur, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Tailandia, Filipinas, Camboya y Malasia.

Ranking de ciudades turísticas de China 2019

Ranking	Ciudad	Número total de pasajeros		Ingresos totales de pasajeros		La proporción de ingresos por turismo		Conveniencia del tráfico		Infraestructura turística	
		Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking	Puntos	Ranking
1	Pekín	0.5073	3	1.0000	1	0.0463	31	1.0000	1	1.0000	1
2	Chongqing	1.0000	1	0.7083	3	0.0528	28	0.8349	3	0.7406	2
3	Shanghái	0.5676	2	0.8467	2	0.0322	38	0.9379	2	0.4532	3
4	Gunagzhou	0.3490	8	0.6462	4	0.0392	35	0.7521	4	0.2421	11
5	Tianjin	0.3593	7	0.6292	5	0.0510	30	0.2749	14	0.2983	7
6	Chengdu	0.3837	6	0.5915	6	0.0631	23	0.3746	9	0.2744	8
7	Hangzhou	0.2812	11	0.5687	7	0.0717	20	0.3739	10	0.3709	4
8	Wuhan	0.4618	4	0.4899	8	0.0527	29	0.6151	5	0.1292	28
9	Xian	0.3914	5	0.3774	10	0.0862	16	0.3330	11	0.2262	12
10	Suzhou	0.1887	21	0.3874	9	0.0266	44	0.4346	6	0.1944	17
11	Nanjing	0.1941	17	0.3599	11	0.0451	32	0.2667	15	0.1681	24
12	Guiyang	0.2889	9	0.3592	12	0.2087	8	0.0513	43	0.0539	47
13	Qingdao	0.1350	33	0.2501	16	0.0321	39	0.1659	24	0.3607	5
14	Kunming	0.2403	13	0.3080	13	0.1267	13	0.1857	19	0.0812	42
15	Lijiang	0.0418	49	0.0895	44	1.0000	1	0.0310	46	0.1206	32

Fuente de datos: Base de datos CEIC, Oficina Nacional de Estadísticas, Administración Nacional de Turismo, Administración Provincial de Turismo

En el ranking de ciudades turísticas de China en 2019, las áreas costeras representan una proporción mayor, por lo que se puede ver que, así como España, las áreas costeras también son uno de los destinos turísticos preferidos por las personas. Sin embargo, para la mayoría de los turistas chinos, la parte más atractiva de la industria del turismo costero no es el sol y la playa; prefieren visitar la ciudad, disfrutar del arte, la comida o los deportes.

Grupo 1

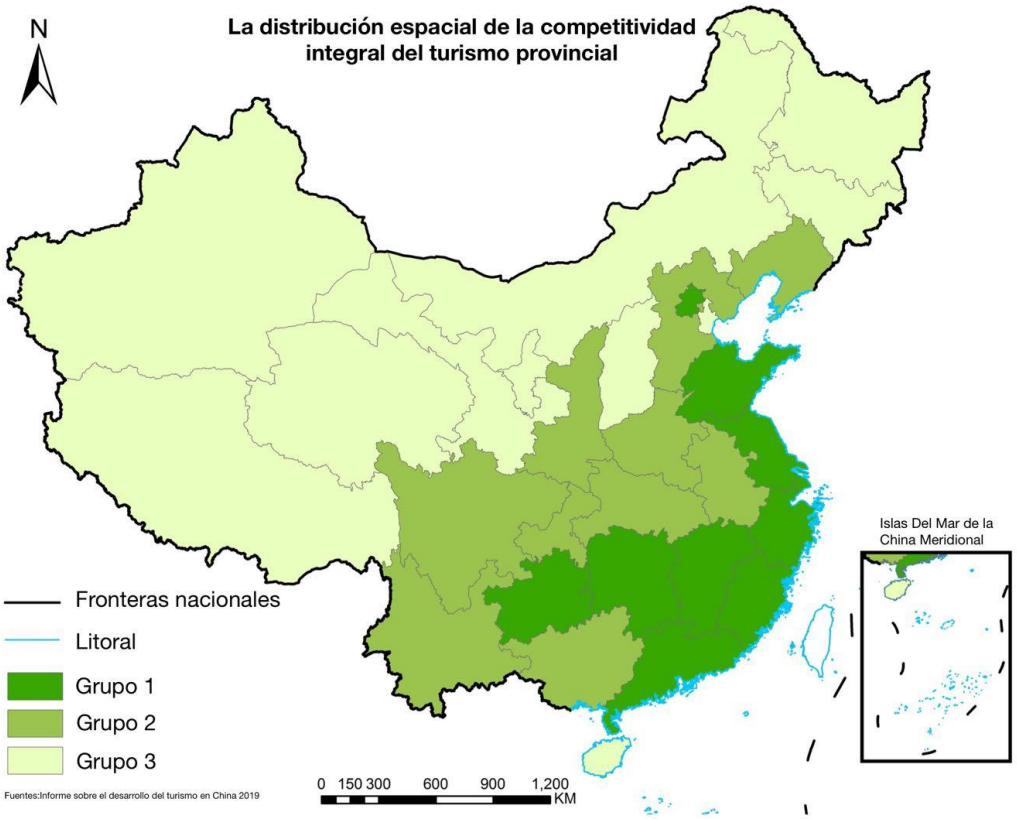
Guangdong, Jiangsu, Zhejiang, Shandong, Shanghai, Pekin, Fujian, Hunan, Jiangxi, Guizhou

Grupo 2

Sichuan, Anhui, Hubei, Guangxi, Yunnan, Hebei, Henan, Liaoning, Shanxi, chongqing

Grupo 3

Tianjin, Shanxi, Neimeng, Gansu, Ningxia, Xinjiang, Hainan, Heilongjiang, Jilin, Qinghai, Xizang



En el informe sobre el desarrollo del turismo en China 2019, se pueden encontrar las provincias del Grupo 1 con mayor competitividad integral; todas ellas zonas costeras, También prueba el estado del turismo en las zonas costeras.

Entre las ciudades turísticas famosas se encuentran Tianjin, Qingdao, Shanghai, Guangzhou, entre muchas más.

Descripción general de las ciudades

Qingdao

Fuentes: Finance Sina

Qingdao se encuentra en el este de China, al sureste de la península de Shandong y al este del Mar Amarillo. Es el centro económico de la provincia de Shandong, una importante área pionera en el desarrollo de la industria marina moderna nacional, un centro de envío internacional en el noreste de Asia y una base de deportes marítimos.

Qingdao se encuentra en la región de los monzones de la zona templada del norte y tiene un clima de monzón templado. También se ve afectado por el monzón del sureste de la superficie del océano, las corrientes oceánicas y las masas de agua, por lo que tiene características climáticas marítimas significativas. El aire es húmedo, la lluvia es abundante, la temperatura es moderada y las cuatro estaciones son distintas.

Qingdao se encuentra en el sureste de la península de Shandong. Es una ciudad histórica y cultural nacional y un famoso lugar turístico de veraneo. Tiene ricos recursos turísticos, que incluyen hermosos paisajes de montaña y mar, ricos paisajes culturales y edificios multinacionales de diferentes estilos. "Ciudad marítima, estilo euroasiático" es una representación típica del estilo urbano de Qingdao.

Aquí hay una rica y diversa cultura marina, así como recursos de turismo cultural que han dejado de lado las inflexiones de la historia moderna. No solo hay empresas conocidas desarrolladas con un rápido progreso económico, sino también ricos recursos de turismo industrial, como el turismo industrial de Haier (Una empresa) y la industria de la cerveza Tsingtao. También hay varios recursos turísticos de festivales formados por el rápido desarrollo de la economía moderna, como el Festival Internacional de la Cerveza de Qingdao, la Regata Olímpica de Beijing 2008, entre otras. (Qingdao Municipal Administration of Culture and Tourism)

Además, debido a los abundantes recursos turísticos costeros, la abundancia de variedad en el mundo marino, los clubes náuticos, los balnearios y otros proyectos turísticos, se ha logrado aumentar la constante atracción de los turistas.

Shanghai

Fuentes: Finance Sina

La industria del turismo de Shanghai se caracteriza, principalmente, por la ciudad. El paisaje urbano en el centro del río Huangpu, la cultura urbana del centro público, así como el comercio urbano y los suburbios de Shanghai, atraen a muchos turistas nacionales y extranjeros a visitar y disfrutar de unas vacaciones inolvidables en esta ciudad.

La Exposición Universal de Shanghai de 2010 se celebró exitosamente, lo que aumentó el número de llegadas de turistas internacionales a Shanghai en un 35,3% con respecto al año anterior. Los fuertes efectos de la Exposición Mundial posterior también trajeron una nueva dirección de desarrollo a la industria del turismo en Shanghai. Una gran cantidad de lugares se convirtieron en salas de exposiciones culturales. En los lugares de ocio, se llevaron a cabo diversas exposiciones internacionales a gran escala y grandes eventos internacionales. También, con la finalización de Shanghai Disneyland, se ha agregado contenido rico a los proyectos turísticos de Shanghai y se ha incrementado el encanto de Shanghai como ciudad turística internacional, atrayendo a un gran número de turistas asiáticos. (Shanghai Municipal Administration of Culture and Tourism)

El turismo en los suburbios de Shanghai es rico en recursos naturales. La zona suroeste está cubierta de ríos entrecruzados, vastos recursos hídricos y recursos culturales únicos de las ciudades acuáticas, que han creado atracciones turísticas con ciudades acuáticas llamadas "jiangnan" como Zhouzhuang, Zhujiajiao y Wuzhen. Los recursos naturales de ecoturismo de Chongming, Changxing y Hengsha son abundantes.

Como turismo suburbano, integra una rica cultura rural, hermosos paisajes ecológicos naturales y características arquitectónicas antiguas. Viajes excepcionalmente hermosos sumergidos completamente en la naturaleza, permitiendo al turista disfrutar de un largo, cómodo y placentero viaje de ocio en un entorno ecológico natural.

Shanghai, una metrópolis internacional, tiene una larga historia cultural a sus espaldas. Las atracciones turísticas revolucionarias como el Shikumen antiguo o los edificios del World Expo Group que se encuentran en el Bund han atraído significativamente a varios turistas nacionales y extranjeros.

Guangzhou

Fuentes： Discoverhongkong

Como una antigua capital comercial con una historia de más de 2.200 años, Guangzhou tiene una larga historia de desarrollo turístico. Guangzhou es el punto de partida de la "Ruta de la Seda" marítima y un conocido centro de negocios. Con el desarrollo de la ciudad, el mercado turístico de Guangzhou se ha convertido en más moderno gradualmente. Además se han innovado sectores turísticos del ocio y los negocios. El desarrollo turístico se ha llevado a cabo de una forma paulatina. El tamaño de estas zonas turísticas también se ha ampliado progresivamente como, por ejemplo, el establecimiento de una serie de parques como lo son People's Park, Haizhu Park y Yonghan Park.

Guangzhou se centra en acelerar el desarrollo de la industria turística en las ciudades centrales, considera al turismo como una de las industrias fundamentales y propone acelerar la promoción del desarrollo turístico. A partir de los Juegos Asiáticos de 2010, los ingresos totales de la industria turística de Guangzhou han aumentado progresivamente. En 2019, los ingresos totales de la industria turística de Guangzhou fueron de 445.459 millones de yuanes, un aumento del 11,1%. Los ingresos por divisas provenientes del turismo fueron de US $6.530 millones, un aumento del 0,7%. (Guangzhou Municipal Culture, Radio, Television and Tourism Bureau)

Guangzhou se encuentra en la costa subtropical, con el Trópico de Cáncer pasando por las regiones central y sur. Tiene un clima marítimo subtropical monzónico. Hace calor durante todo el año y las lluvias son abundantes, lo que favorece el crecimiento de las plantas. Guangzhou es un lugar representativo de la cultura Lingnan. No solo tiene una larga historia y un rico patrimonio cultural, sino que también tiene una variedad de aperitivos gourmet. Integra "Ciudad Cultural", "Paraíso gastronómico" y "Tesoro de compras". Es uno de los diez mejores lugares para vivir de China.

Guangzhou pertenece a una zona montañosa. El terreno es alto en el noreste y bajo en el suroeste. Está respaldado por montañas y el mar. El norte es una zona montañosa con bosques espesos. El noreste es una zona montañosa media-baja, el medio es una cuenca montañosa y el sur es una llanura aluvial costera. En vista de la diversidad de recursos turísticos en Guangzhou, los parques forestales, la montaña Baiyun, las cascadas, los jardines botánicos, así como los sitios históricos, los museos, las atracciones culturales y turísticas, atraen a muchos turistas a visitarlos. Entre ellos, el más famoso Centro Turístico de

Changlong, que integra atracciones turísticas, hoteles, restaurantes, entretenimiento y ocio; cuenta con parques infantiles, zoológicos, parques acuáticos, parques de aves, parques de cocodrilos, campos de golf, hoteles y otras instalaciones. Solo en 2017, la cantidad total de turistas ascendió a los 31 millones.

3.2. Fortalezas.

Tiene una gran superficie y muchos países vecinos, lo cual le da ventaja geográfica para el desarrollo del turismo internacional.

China está ubicada en la parte oriental del continente asiático, con una vasta área y una frontera terrestre de 18.000 kilómetros. Colinda con 14 países terrestres y tiene una costa de 12.000 kilómetros. Colinda con 6 países en el sureste del océano. Un entorno geográfico único para el turismo.

La escala de la industria se expande y los profesionales del turismo emergen sin cesar.

En los últimos años la industria del turismo de China se ha desarrollado rápidamente y el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes de China. La escala de la industria se ha expandido, los profesionales del turismo continúan aumentando; la infraestructura turística, así como las condiciones de apoyo para esta ha mejorado. La industria del turismo se ha alineado gradualmente con los estándares internacionales. El gobierno apoya firmemente el desarrollo de la industria del turismo. El Consejo de Estado ha promulgado planes de desarrollo turístico y ha implementado la “Ley de Turismo” y varias localidades han emitido regulaciones y sistemas de turismo, formando un sistema de política legal con la ley de turismo como núcleo y las políticas, regulaciones nacionales y regulaciones locales como base. Además, ha implementado mecanismos de capacitación y evaluación de los trabajadores.

Apoyo normativo.

Al comienzo de la reforma y apertura de China, con el fin de fomentar la cooperación económica exterior y los intercambios tecnológicos, las ciudades portuarias costeras que dieron a los empresarios extranjeros un trato preferencial han designado 14 ciudades como zonas costeras abiertas. Además de seguir aumentando el establecimiento de zonas de desarrollo económico y tecnológico, se han establecido complejos turísticos uno tras otro. Desde la ubicación geográfica, los recursos naturales hasta la base económica y la gestión técnica, poseen buenas condiciones y ventajas. En particular, en 2013, el presidente chino, Xi Jinping, presentó las propuestas de cooperación para la construcción de la "Nueva Franja Económica de la Ruta de la Seda" y la "Ruta de la Seda Marítima del Siglo XXI". Se prevé que durante el período del "XIII Plan Quinquenal", China estará en el proyecto de la "Franja y la Ruta".

El país envía a 150 millones de turistas chinos y 200 mil millones de dólares estadounidenses en consumo turístico por parte de los turistas chinos. Al mismo tiempo, China atrajo a 85 millones de turistas de diferentes países para viajar a lo largo de esta ruta en China, impulsando el gasto turístico en unos 110 mil millones de dólares estadounidenses. Asimismo, desarrolla vigorosamente el turismo de cruceros a lo largo de la línea costera de la Iniciativa “Belt and Road”. (La relación interactiva entre la estrategia "One Belt One Road" y el turismo)

Mejora del nivel de vida y la calidad de vida de las personas.

Con la mejora continua del nivel de vida de las personas, los viajes ya no son un aspecto de poca importancia en la vida diaria de la gente y cada vez más personas consideran el turismo como la principal opción de entretenimiento. En 2018, la renta disponible per cápita de los residentes urbanos aumentó un 5,6% en términos reales, la renta disponible per cápita de los residentes rurales aumentó un 6,6% en términos reales y la tasa de crecimiento de la renta de los residentes urbanos fue 1 punto porcentual menor que la de los residentes rurales.

Con la continua intensificación de la urbanización, la mayor posibilidad y disponibilidad de viaje de los residentes urbanos, así como la disposición de más tiempo libre de los mismos, entre otras razones, han incrementado constantemente la frecuencia y el dinero invertido en viajes por parte de los residentes chinos. En 2018, los residentes urbanos de China representaron el 74,4% de los turistas y el 83,1 % del gasto turístico. (China Turismo Academy, 2019)

Abre múltiples rutas internacionales

A fines de 2019 China tenía un total de 5.521 rutas de vuelo programadas y 4.568 rutas nacionales, incluidas 111 rutas de Hong Kong, Macao y Taiwán y 953 rutas internacionales. Hay 234 ciudades nacionales con vuelos regulares (excluyendo Hong Kong, Macao y Taiwán). China Airlines tiene vuelos programados internacionales a 167 ciudades en 65 países. Las aerolíneas continentales tienen vuelos programados a Hong Kong desde 30 ciudades del interior, Macao desde 19 ciudades del interior y las aerolíneas continentales a Taiwán desde 49 ciudades del interior. (Boletín estadístico sobre el desarrollo de la industria de la aviación civil, 2019)

El aumento en el número de vuelos también ha incrementado el flujo de viajeros entre países, especialmente de la población turística. También ha aumentado la confianza de las personas en el potencial del mercado turístico de China.

3.3. Debilidades

Los productos turísticos no son compatibles con las necesidades del mercado turístico.

La estructura de los productos turísticos es muy singular y la estructura de los productos turísticos no ha cambiado en mucho tiempo. Los productos turísticos carecen de renovación. El desarrollo de productos carece de investigación sobre las necesidades reales del mercado turístico internacional. El espíritu innovador del desarrollo de proyectos turísticos es insuficiente. Los proyectos están muy duplicados o son similares en muchas esferas. Falta de características locales y nacionales, así como de baja eficiencia.

No existe un método de publicidad avanzado y el mercado del turismo es confuso.

Los fondos para publicidad turística son muy bajos; el orden de la publicidad externa es confuso. La amplitud y profundidad de la publicidad, al igual que la promoción de esta en los mercados de origen extranjero, son insuficientes. Además, debido a políticas y medidas incompletas y leyes y regulaciones erróneas, las ventas y el coste real de viajes proporcionadas por las agencias de viajes son imprecisas. El problema no resuelto a largo

plazo ha afectado gravemente a la capacidad de China para recibir turistas extranjeros.

El impacto de la sobrecarga turística en la ciudad y la comprensión insuficiente del desarrollo turístico y la protección del medio ambiente.

La afluencia de un elevado número de turistas, así como la intensa competencia existente en el mercado han incrementado la carga ambiental de las ciudades costeras, la contaminación ambiental, la sobrecarga de lugares escénicos, los atascos y una serie de problemas que restringen el desarrollo sostenible del turismo.

Además, hay una falta de comprensión del turismo y la protección del medio ambiente. Se han expuesto algunos conceptos erróneos que confunden los conceptos de crecimiento y desarrollo económico, lo que ha provocado una seria contaminación ambiental. El aumento de los beneficios económicos del turismo se produce a expensas del daño ambiental.

Falta de un servicio rápido en idiomas extranjeros.

La mayoría de los lugares escénicos no están equipados con el correspondiente servicio rápido en idiomas extranjeros. Para los turistas extranjeros, el idioma suele ser un gran obstáculo, ya que la mayoría de los restaurantes pintorescos no tienen ni siquiera etiquetas en inglés en sus menús o carteles comerciales, lo que causa verdaderas molestias a los visitantes extranjeros. Por exponer un caso, la explicación visitas guiadas de la historia cultural de lugares escénicos, carecen de servicios de traducción a idiomas extranjeros. En la mayoría de los lugares escénicos de China se puede apreciar la vasta cultura histórica del país. Desafortunadamente, la falta de traducción a otros idiomas, debilita la experiencia de los turistas extranjeros.

3.4. Oportunidades.

El mercado del turismo sigue aumentando.

En la encuesta de Twitter, alrededor del 28% de los encuestados dijeron que habían viajado a China. Este dato ocupa el quinto lugar en la lista mundial de destinos, detrás de Estados Unidos, Reino Unido, Tailandia y Francia por una pequeña brecha. Entre los turistas que han estado en China, el 35,2% dijo que planea viajar nuevamente a China, lo cual demuestra que aún tiene un gran potencial para impulsar su atractivo turístico.(Travelweekly-china, 2018)

La encuesta muestra que los cuatro factores principales que atraen a los turistas extranjeros que nunca han visitado China son: su rico patrimonio histórico y cultural, el consumo de alimentos singulares y la compra de productos tradicionales, así como el ambiente cálido y amigable de la población china.

El desarrollo del ferrocarril de alta velocidad facilita la mejora del transporte turístico.

Con la ola de la industria terciaria arrasando, el tema del transporte turístico siempre ha sido un foco de preocupación social. El transporte turístico es el "motor" clave que impulsa el desarrollo de la industria turística y un puente importante entre la fuente y el destino turísticos.

A finales de 2017, el kilometraje operativo del tren de alta velocidad nacional alcanzó los 25.000 kilómetros, lo que representa el 66,3% del total de trenes de alta velocidad del mundo. Se estima que para 2025, la red ferroviaria prevista alcanzará los 150.000 kilómetros, de los cuales los ferrocarriles de alta velocidad serán unos 38.000 kilómetros. (Xinhuanet, 2018)

El "Decimotercer Plan Quinquenal de Desarrollo Turístico", mencionó que "la mejora en la capacidad de transporte de pasajeros del turismo ferroviario y la promoción del desarrollo del círculo económico del turismo ferroviario de alta velocidad" incrementarán el tráfico de pasajeros turistas a un nuevo nivel. (Decimotercer Plan Quinquenal de Desarrollo Turístico, 2016)

El consumo de turismo masivo sigue creciendo rápidamente.

En la actualidad, el PIB per cápita de China supera los 8.000 dólares y se encuentra en un período de crecimiento explosivo en la demanda de consumo turístico. La era del turismo masivo acaba de comenzar. Con el progreso evidente del establecimiento de una sociedad cada vez más acomodada, los ingresos de los residentes urbanos y rurales han crecido de manera constante. La estructura del consumo se ha acelerado, la salud de las personas se ha mejorado considerablemente, el sistema de vacaciones se ha perfeccionado continuamente y las condiciones de la infraestructura se han mejorado progresivamente. El nivel de consumo seguirá creciendo sustancialmente. (Embajada China, 2016)

Los consumidores de turismo son principalmente turistas de mediana edad y jóvenes. No obstante, el número de personas de la tercera edad ha aumentado; con ello China ha comenzado a transformarse en una sociedad de personas de edad avanzada. Un número considerable de personas de edad avanzada tienen un gran deseo y demanda de viajar debido a su buena salud, ingresos estables y suficiente tiempo libre. Al mismo tiempo, con el desarrollo de la economía rural, a los agricultores cuyos ingresos son ahora más altos, se les ha impulsado con ahínco para que viajen más a menudo. Como gran país agrícola con una enorme población agrícola, el mercado del turismo rural se convertirá en una gran fuente de turistas para el futuro desarrollo de la industria turística de China.

3.5. Amenazas.

La contradicción entre desarrollo turístico y protección.

Aún no se ha efectuado una planificación completa de los proyectos que tienen como función contribuir al desarrollo de algunos lugares escénicos. Aún con todo, se ha dedicado mucho tiempo y recursos para el diseño de estos. Algunos no siguieron los hechos previstos en el proceso de desarrollo real al realizar la planificación de los lugares escénicos correspondientes, lo que condujo a la pérdida y desperdicio de recursos escénicos y al

desperdicio de costos de desarrollo. Debido al continuo desarrollo del turismo, el desarrollo de lugares escénicos también es constantemente favorable. En la industria del turismo, las oportunidades de negocios que la gente ve para el desarrollo, no presta atención a la protección del medio ambiente; sino solo al desarrollo en sí, lo que lleva a la pérdida de recursos turísticos y al deterioro del medio ambiente en muchas áreas.

La planificación y el desarrollo de proyectos turísticos carecen de sistemática y exhaustividad.

En los últimos años, un gran número de empresas privadas han ingresado a la industria del turismo cultural, permitiendo un resurgimiento de la inversión y el desarrollo de proyectos de turismo cultural. Sin embargo, la mayoría de las empresas no han seguido las leyes de la industria del turismo en cuanto a cómo regular y hacer eficientes sus inversiones. En la construcción de proyectos de turismo cultural como atractivos turísticos característicos se han elegido parques temáticos y parques de diversiones a gran escala. No obstante, el desarrollo de algunos proyectos se ha implementado sin una planificación detallada, sistemática, integral y profesional. El fenómeno de "Aprobación, Construcción y Apertura" viola gravemente el principio general de la industria de la cultura y el turismo de "planificar la situación general y desarrollar armoniosamente". Además, no conduce al desarrollo sostenible y saludable de la industria del turismo.

Gestión turística inadecuada.

Problemas como "precios excesivamente altos, consumo forzado, anuncios falsos, intimidación y la estafa a clientes", enfatizados repetidamente por la Administración Nacional de Turismo existen todavía en diversos grados. Existen incumplimientos de precios y ofertas de viajes ofrecidas a los turistas, así como incumplimientos de la supuesta duración de las excursiones promocionada. El conocido fenómeno de "excursiones de un día" no cumplidos son muy populares y han perturbado gravemente el mercado. Problemas como el orden y el control inadecuado del flujo de personas de los lugares escénicos también son comunes. Así que, existe una necesidad urgente de que los departamentos relevantes en todos los niveles fortalezcan la supervisión del mercado de la industria turística y resuelvan estos inconvenientes mejorando aún más los mecanismos y medidas de gestión.

Además, es necesario fortalecer la fiscalización integral del turismo. El orden del mercado turístico envuelve muchos puntos y una amplia gama de áreas; por ende, la supervisión de éste no es nada fácil. Algunas unidades tienen quejas severas, pero castigos leves en diversos grados. Al mismo tiempo, con respecto a las cuestiones interdepartamentales e intersectoriales, existen problemas como la escasa coordinación y vinculación, así como la insuficiente labor de rectificación oportuna y eficaz.

Las políticas y reglamentaciones turísticas están relativamente rezagadas.

La introducción y profundización del concepto de la economía colaborativa, compartida o de intercambio, se ha vuelto más común en la industria del turismo, lo cual seguramente tendrá cierto impacto en la industria del turismo tradicional. La industria hotelera tradicional y las empresas de taxis tradicionales se han visto más o menos afectadas; la reforma es imperativa. La aparición de la economía colaborativa y el turismo compartido nos ha traído nuevas propuestas en muchos campos, como la recaudación de impuestos, la innovación en modelos de empleo y modelos regulatorios, entre otros. Aunque la economía

colaborativa se ha convertido en parte de la vida de la gente común, las leyes, regulaciones y políticas relacionadas están lejos de ser perfectas o incluso nulas. Es necesario implementar con urgencia políticas y regulaciones relevantes en varios campos de la industria del turismo.

4. Aprender de la experiencia ajena, capacitar a profesionales del turismo e idear contramedidas.

España, como país turístico establecido, tiene un sistema de operación turística relativamente avanzado. Basándonos en los logros actuales de la industria del turismo de China, sólo comprendiendo plenamente las deficiencias y estudiando activamente las contramedidas podremos lograr un desarrollo mejor y más rápido, alcanzando así los objetivos de desarrollo esperados. Comprender el desarrollo del turismo en los principales países turísticos y aprender de la experiencia extranjera puede evitar muchos desvíos.

Por ejemplo, sobre la base del aprendizaje de la experiencia de desarrollo turístico de España, para promover un mejor y más rápido desarrollo de la industria turística de China, China deberá centrarse en los siguientes aspectos:

Fortalecer las funciones gubernamentales.

Primero, mejorar el sistema de apoyo a las políticas, formular planes de desarrollo turístico y orientar a todas las localidades para lanzar productos competitivos con características locales. Segundo, poner en marcha el papel que ocupa el gobierno en la promoción turística. Promover de manera efectiva el alcance y la velocidad de difusión de la imagen turística regional; nuevamente, que el gobierno oriente a la industria turística para que tome el camino del desarrollo sustentable. Mediante una supervisión y una gestión estricta y eficaz, se evitará completamente el desarrollo de los recursos turísticos a expensas del medio ambiente. En el desarrollo del turismo, se debe luchar por lograr el equilibrio de beneficios sociales, económicos y ecológicos.

Desarrollo del turismo cultural.

China tiene una gran cantidad de recursos históricos y culturales que se pueden utilizar para abrir otras puertas al turismo. Sin embargo, el desarrollo actual del turismo cultural no es lo suficientemente profundo y completo y existen muchos otros problemas que dificultan el desarrollo del mercado del turismo cultural.

Para eliminar estos problemas, es imprescindible que se protejan los antecedentes originales de la cultura nacional; a la vez que, por otro lado, se le inyecta frescura e innovación. Se debe mejorar el estatus de los artistas populares, ayudándoles a salvar y desenterrar la cultura tradicional esparcida entre la población.

Además, se debe mejorar el contenido científico y tecnológico de los productos utilizados para el turismo cultural, sin impedir que la cultura antigua brille con nueva gloria. Respetar la cultura del país promoviendo su excelente contenido. Formular políticas y regulaciones que fortalezcan la protección de las reliquias culturales creando un entorno turístico civilizado que preste igual atención al desarrollo como a la protección.

Desarrollo del turismo orientado a la sociedad.

En primer lugar, el desarrollo del turismo debe dar prioridad a beneficiar a los residentes locales y sus vidas diarias. Por ello, se debe tomar en cuenta a la hora de llevar a cabo la planificación de cualquier medida. Esto refleja un concepto de planificación orientado a las personas, es decir, "la calidad de vida de los residentes locales es más importante que

las necesidades de los turistas". En segundo lugar, mejorar la conciencia de los residentes locales sobre la protección del medio ambiente, la importancia de la conducta civilizada, así como fomentar buenos hábitos de higiene. Finalmente, a fin de llevar a cabo ciertas reformas y mantenimiento de las mismas, se deberá disponer de suficiente mano de obra y fondos. Así se podrá construir y mantener un buen flujo de turistas.

Con el auge de los países turísticos emergentes y la competencia en la industria turística, la tendencia de los destinos turísticos hacia los países asiáticos también ha tenido un impacto en la industria turística española.

Por ejemplo, turistas que tienen los mismos destinos de sol y playa, han comenzado a trasladarse a países insulares del sudeste asiático, así como a la isla de Hainan en China, que también atrae cada vez a más turistas extranjeros. El clima de este lugar es similar al de Hawái y el coste de viaje es similar al de viajar a la costa de España. En cuanto a los turistas chinos, el alto costo de las visas aunado al lento proceso de aprobación, así como la escasez de consulados, afecta el desarrollo del turismo entre ambos países.

A finales de 2019, en cuanto al número de conexiones de vuelo desde España a China, habían 9 rutas de 6 aerolíneas españolas que tenían vuelos directos a China, con unos 30 vuelos de ida y vuelta por semana. Por otro lado, como el país europeo que más turistas chinos recibe, Francia tiene vuelos directos a 12 ciudades chinas desde París y hay alrededor de 50 vuelos a China cada semana. Así que, se puede observar que el número de vuelos también es un factor importante que afecta a la industria turística. (seabay, 2018)

Por tanto, ante esta situación, la industria turística española también puede plantearse las siguientes medidas:

Innovación y transformación.

La industria turística española se enfrenta a nuevos retos derivados de las nuevas necesidades de los turistas, las nuevas expectativas y el comportamiento de los consumidores. El turismo es una de las industrias más dinámicas, ante los cambios constantes, las empresas turísticas y los departamentos de gestión están obligados a llevar a cabo una innovación y transformación continua.

España presta atención a la creación de un efecto de marca, utilizando sus ventajas naturales de playa soleada, centrándose en la creación de productos de ocio y vacaciones junto al mar en un mercado turístico altamente competitivo. Insiste siempre primero en la calidad para crear un efecto de marca y lograr el reconocimiento público de las marcas españolas. Mientras se desarrolla la cultura del turismo costero, también se debe prestar atención al desarrollo del turismo cultural y al aumento de la diversidad de la cultura del turismo costero.

Adoptar una estrategia de marketing más sólida.

Adoptando estrategias de marketing más directas para promover la historia, la cultura y el patrimonio cultural españoles, promoviendo la existencia de España en la mente de turistas de países lejanos como los asiáticos. Crear una imagen de marca turística, así como promover los productos turísticos nacionales. Teniendo en cuenta la popularidad de Internet,

debe fortalecerse la publicidad por esta vía; aumentando la influencia de España como destino turístico. Además, también se puede cooperar con agencias de viajes locales para firmar acuerdos que promuevan y hagan ofertas atrayentes de productos turísticos. Por ejemplo, se puede colaborar con agencias de viajes nacionales para proporcionar recorridos que incluyan ciudades de España en el mismo itinerario, o bien se puede colaborar con agencias de viajes internacionales para ofrecer visitas a diferentes países europeos en un mismo paquete.

Comprender las necesidades de los turistas y resolver problemas de comunicación.

Implementar cursos de idiomas con el fin de capacitar a profesionales del turismo para recibir, sin barreras lingüísticas, a turistas de todo el mundo; logrando una comunicación fluida y entendible que les permita, sobretodo, comprender las necesidades de los visitantes. Además del idioma, será útil que estos cursos también impartan conocimiento de la cultura y costumbres de estos viajeros. Una idea sería poner en marcha un plan de intercambio de países para los profesionales del turismo que les permita familiarizarse con la cultura, costumbres e idiomas de otros países.

Hacer menos severa la política de visados y agregar rutas de vuelo.

Mejorar la política de visados. Por ejemplo, se podrían extender los períodos de validez de las visas, así como abrir más consulados. Esto contribuiría a la reducción del tiempo dedicado, las inconveniencias y los asuntos para la preparación de viajes que tienen que sufrir los turistas.

Por otro lado, se deberían agregar más vuelos directos de un destino a otro para reducir el tiempo de viaje y aumentar la comodidad del viajero.

5. Tendencia de desarrollo

5.1. La tendencia de desarrollo del turismo mundial

Mayor segmentación del mercado turístico. En el futuro, el objetivo del desarrollo turístico se volverá cada vez más personalizado y las organizaciones turísticas prestarán cada vez más atención al desarrollo de las necesidades de consumo turístico de las personas desde un nivel más individual. El mercado turístico será más refinado y diferenciado y los productos turísticos se volverán más coloridos. Además del turismo tradicional, el turismo vacacional y el turismo por negocios; el turismo especial y el turismo temático tienen mayor potencial de desarrollo, así como también lo tienen el turismo religioso, el turismo de aventura, el turismo arqueológico, el turismo de estudios, el turismo de viajes de novios, el turismo de costumbres étnicas, etcétera. Conformará un mercado turístico segmentado con características destacadas. El turismo tradicional, vacacional y por negocios, se actualizarán aún más.

En términos de turismo vacacional, centros vacacionales que destacan las características culturales regionales, los recursos naturales y medioambientales ecológicos; así como áreas verdes y con bajas emisiones de carbono, se convertirán en productos principales en el mercado turístico. En términos de turismo de negocios, a medida que la economía mundial se multipolariza, los centros de crecimiento económico y los puntos críticos de negocios varían; habrá multipolarización y diversificación. La situación de los destinos clave del turismo de negocios tradicional como Europa, América del Norte y Japón aún sigue siendo difícil de superar en tan corto período de tiempo. Aumentarán los nuevos puntos críticos de turismo de negocios en Asia Oriental, Oriente Medio y economías emergentes. （Liu Wenhai, 2015）

El método de viaje será más flexible y cambiante. Los métodos turísticos se desarrollarán y surgirán varios métodos turísticos novedosos y únicos según lo requiera la época. La proporción de viajes individuales, especialmente los viajes familiares en áreas de corta y media distancia, aumentará gradualmente en el futuro. El turista busca más participación y entretenimiento cuando viaja, así que serán cada vez más populares aquellos lugares turísticos que están llenos de diversión, vitalidad y con características distintivas que involucren activamente a los visitantes; de igual manera, aquellos lugares que sean relajados, coloridos, entretenidos, combinados siempre con el entretenimiento. Se verán cada vez más turistas. Las costumbres nacionales, las características locales y la combinación de turismo y entretenimiento se convertirán en tendencias importantes en el diseño y desarrollo de futuros productos turísticos.

El "mercado del cabello plateado" continúa expandiéndose. Según los estándares vigentes de Naciones Unidas, un país con más del 10% de la población mayor de 60 años (o más del 7% de la población total mayor de 65 años) entrará en una sociedad que envejece. El envejecimiento es un problema mundial. La proporción de ancianos en los países desarrollados suele ser superior al 20%. La situación en los países en desarrollo es algo mejor, pero la tendencia al envejecimiento es rápida. En la sociedad local, los ancianos son una clase acomodada, pausada, saludable y activa. Están más interesados en las vacaciones de ocio y las exóticas culturas tradicionales y antiguas que los jóvenes; inevitablemente serán una fuerza importante en el sector turístico. En los últimos años, países de altos ingresos como Europa y Estados Unidos han visto a personas mayores viajar con sus hijos y nietos. El

“segmento de la tercera edad” está siendo cada vez más valorado por varios países de destino turístico y se convertirá en un mercado importante para el surgimiento del turismo mundial en el futuro.

La seguridad turística se valora cada vez más. Las guerras locales, los conflictos regionales, los conflictos étnicos, los conflictos religiosos, el terrorismo internacional, la agitación política, la inestabilidad social, así como los daños culturales naturales, los accidentes graves, las enfermedades infecciosas y otros factores en los destinos turísticos afectarán la confianza de los turistas como consumidores. El desarrollo del turismo mundial tiene un efecto adverso. Especialmente después del incidente del "11 de septiembre" en los Estados Unidos, la seguridad en los viajes se ha convertido en el primer tema a considerar por los turistas. No cabe duda de que el futuro de la seguridad turística, al igual que la estabilidad y armonía social de los destinos turísticos será cada vez más valorado por las agencias de turismo y los turistas.

5.2. España

Continuar manteniendo el liderazgo y continuar implementando estrategias de desarrollo del turismo sostenible.

De acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible de la "Agenda 2030" de las Naciones Unidas, la contribución de la industria del turismo se realiza para construir una sociedad mejor, más próspera, igualitaria e inclusiva. Mantener la curva de crecimiento de los ingresos por turismo, seguir adaptándose a las industrias y productos turísticos emergentes, mejorar el nivel de calidad y acelerar el proceso de transformación. Continuar manteniendo los valores naturales y culturales.

La principal proporción de la clase media

En el contexto de crecimiento económico de la industria turística, la clase media ocupará una posición dominante. Se estima que para el año 2030, la población permanente de las grandes ciudades representará el 60% de la población total, creando oportunidades para el desarrollo del turismo de micro ciudades. A medida que las personas presten más atención a los productos turísticos naturales y culturales, los productos turísticos especiales como el turismo de aventura se destacarán y atraerán la atención de la generación más joven de turistas. Este grupo de personas tiene una gran demanda turística y otorga una gran importancia a la alta calidad y alto consumo de los productos turísticos. (DIRECTRICES GENERALES 2030)

La ciencia y la tecnología se convierten en el factor decisivo.

La ciencia y la tecnología se han convertido en el factor decisivo para el éxito de la marca, que con el aumento sustancial de la velocidad de Internet permitirá una mayor velocidad de navegación, reproducción de videos de ultra alta definición y aplicaciones de realidad aumentada. Los dispositivos móviles se convertirán en el líder en ventas. La integración de diferentes herramientas y tecnologías en internet, las redes sociales, así como la tecnología biométrica, el *big data* y la impresión 3D, permitirán a los visitantes comprender

mejor sus necesidades para brindarles una experiencia única y personalizada. El sistema de inteligencia artificial jugará un papel decisivo a la hora de recomendar destinos o proporcionar información relevante en preparación para el viaje.

5.3. China

Cambios en la estructura de la industria turística: el rejuvenecimiento se ha convertido en la principal tendencia.

Dado que la industria del turismo de China ha mantenido una alta tasa de crecimiento y ha seguido creciendo a lo largo de los años, la estructura de la industria del turismo también ha cambiado. En términos de propósitos de viaje y métodos de viaje, los viajes de placer han reemplazado al turismo como el principal propósito de viaje y el mercado de viajes entre padres e hijos ha seguido aumentando. En la estructura de la población viajera, la generación más joven se ha convertido en la principal tendencia y los viajeros menores de 35 años son los principales usuarios de viajes. La proporción de mujeres usuarias ha aumentado gradualmente y la proporción de hombres y mujeres se ha desarrollado de manera más equilibrada. La construcción de instalaciones turísticas, el entorno humano y la cultura alimentaria de la ciudad de destino son factores considerados por multitud de turistas. (Informe Nacional de Consumo Turístico 2019)

Tendencia de popularización turística.

El turismo ya no es una actividad de alto consumo, sino una actividad común que forma parte de la vida diaria en millones de hogares. El turismo tiene una base masiva amplia. La vida de las personas incluye el viajar. Los viajes de larga distancia forman una comunicación y migración de masas enorme y sin precedentes. Los conceptos regionales tradicionales y los conceptos nacionales se rompen aún más y las temporadas alta y baja del turismo ya no son tan evidentes.

Exija calidad.

La demanda de ocio y vacaciones de la población crece rápidamente, los requisitos de infraestructura, servicios públicos y el entorno ecológico son cada vez más exigentes y los requisitos de productos y servicios turísticos personalizados y característicos son cada vez más altos. La exigencia por la calidad es cada vez más obvia.

Competición internacional.

Los países y las regiones generalmente consideran el desarrollo del turismo como un medio importante para participar en la división del trabajo en el mercado internacional y mejorar la competitividad internacional. Han introducido políticas y medidas para promover el desarrollo del turismo, promover la globalización del mercado turístico y la internacionalización de la competencia turística. El campo de la competencia es competir por el mercado de origen. Expandirse a todos los aspectos del desarrollo turístico.

Desarrollar la globalización.

El modelo de desarrollo del turismo de lugares escénicos caracterizado por captar puntos está acelerando la transformación a un modelo de desarrollo turístico global de integración de recursos regionales, integración industrial, construcción e intercambio, turismo y agricultura, silvicultura, conservación del agua, industria, tecnología, cultura, deportes, salud e industrias médicas creando un área de integración profunda.

Modernización industrial.

La ciencia y la tecnología, la creatividad cultural, la gestión y los trabajadores de alto nivel están desempeñando un papel cada vez más importante en la promoción del desarrollo del turismo. Las tecnologías de la información modernas como la computación en nubes, internet de las cosas y datos grandes se utilizan más ampliamente en la industria del turismo. La modernización del sistema industrial se ha convertido en una inclinación inevitable en el desarrollo del turismo.

6. Conclusión

En los últimos 60 años el desarrollo de la industria del turismo mundial ha sido próspero. Aunque ha habido fluctuaciones durante este período, la tendencia general de crecimiento ha sido alta. Ahora la industria del turismo se ha convertido en una importante industria estratégica, pilar para el crecimiento sostenido y estable de la economía mundial. Con el profundo desarrollo de la globalización económica y la integración económica mundial, la industria del turismo mundial ha entrado en una era dorada de rápido desarrollo.

Con un desarrollo económico inestable en Europa y la salida oficial del Reino Unido de la Unión Europea en 2020, el turismo, como parte importante de la economía española, también se ve profundamente afectado, por lo que es necesario diversificar la fuente de turistas. Con reformas y una vigorosa publicidad, la industria turística española encontrará oportunidades reales para atraer cada vez a más turistas de todo el mundo. Aunque el mercado turístico emergente está surgiendo como un nuevo destino turístico con una competencia tenaz, España, como país turístico establecido, tiene una gran fortaleza y una base sólida de cultura turística, pero también necesita atención. Las agencias y empresas de turismo españolas también deben estar atentas a los cambios en estos destinos turísticos emergentes, con el fin de adaptarse a las nuevas estrategias turísticas de la competencia encontrando aspectos dignos de aprender de los nuevos destinos, formulando mejores planes turísticos, a la vez que derivando beneficios de ellos.

China es muy rica en recursos históricos y culturales que se pueden utilizar para el desarrollo de productos turísticos, pero el desarrollo actual del turismo cultural no es profundo ni integral y existen muchos problemas que dificultan el desarrollo del mercado del turismo cultural. Debido al desarrollo social y económico, así como al cambio de pensamiento de la gente, hay muchas culturas antiguas que se están desvaneciendo. Por lo tanto, se aboga por la protección de los orígenes de la cultura tradicional, así como por la inyección de innovaciones modernas que mejoren la misma, pero siempre contribuyendo a la solidificación de las tradiciones populares. Se propone el desarrollo de la cultura, la mejora del contenido tecnológico y cultural de los productos de turismo tradicionales respetando los fundamentos de la cultura ancestral nacional. Además, se intercede a favor de la promoción del excelente contenido de la cultura tradicional dejando que ésta brille con nueva gloria. Por otro lado, que se formulen políticas y regulaciones que fortalezcan la protección y seguridad de las reliquias culturales creando así un entorno turístico civilizado.

Si bien la industria del turismo se ha convertido en una de las industrias pilares de China y ha producido enormes beneficios económicos, en el desarrollo futuro también es necesario centrarse a largo plazo, resumiendo, aprendiendo y aprovechando la experiencia del desarrollo turístico de los países turísticos occidentales; continuar aplicando lo aprendido las condiciones reales específicas del país. Solo perfeccionando el modelo de desarrollo turístico de China podremos promover el desarrollo a largo plazo, dar juego al importante papel del turismo en el desarrollo económico y lograr los objetivos esperados del desarrollo turístico.

Las ciudades costeras son las zonas turísticas más populares en ambos paises. A pesar de las diferencias en los modelos de desarrollo, los dos países aún pueden implementar algunas ideas innovadoras para evitar el desarrollo monolítico estableciendo nuevos modelos turísticos. En términos de gestión de la tierra, la utilización de recursos y la eficiencia energética se deberá aumentar la conciencia de la innovación.

En el futuro, el desarrollo del turismo también se enfrentará a ciertos desafíos. Con el desarrollo económico y la prosperidad de la industria del turismo, el medio ambiente se verá inevitablemente afectado. Por lo tanto, mientras se desarrolla esta industria también se debe

prestar constante atención al mantenimiento, protección y mejora del medio ambiente.

Además, sea un país turístico ya establecido o un país turístico emergente, deberán percibir la tendencia actual de desarrollo del turismo y aprovechar al máximo las propias ventajas de su propio país. Asimismo, también deberán aprovechar y beneficiarse de las ventajas que ya han alcanzado otros países en el sector turístico. De esta manera, se mejorará y perfeccionará el turismo en general.

7. Bibliografía

UNWTO International Tourism Highlights 2019 Edition pagina 9

Instituto Nacional de Estadística 2019

ministerio de cultura y turismo de China
Http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/202006/t20200620_872736.html?keywords=

张红颖《西班牙旅游业发展经验对中国的启示 》Zhang Hongying El esclarecimiento de la experiencia de desarrollo turístico de España en China

movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)

Guía de la ciudad europea: Valencia https://zhuanlan.zhihu.com/p/24353929

Bilbao http://www.visitspain.com.cn/destination/hot/bilbao.html

Asociación de Puertos de Cruceros del Mediterráneo
http://www.medcruise.cn/index.php/news/show/id/14.shtml

España logró un récord de turistas al recibir 60,6 millones

https://www.heraldo.es/noticias/economia/2014/01/21/espana-logro-un-record-de-turistas-al-recibir-60-6-millones-386549.html

陈岩 《西班牙旅游业持续稳定发展的原因探析 》Chen Yan 《Análisis de las razones del desarrollo sostenible y estable del turismo en España》

Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015 Fuerza de la marca España pagina 27

Conclusiones De La Presidencia Consejo Europeo De Gotemburgo 15 y 16 De Junio De 2001:II. Una Estrategia Para El Desarrollo Sostenible 19-21 Pagina 4

Plan Eetratégico De Marketing 2018 – 2020 4.1. Para La Captación Del Turista pagina 15-16

Gobierno de España Ministerio de Fomento
https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/111019mapasredestranseuropeastransportes.pdf

Ouhua 2018 http://www.ouhua.info/2017/0819/14579.html

韩杰 西班牙海岸带旅游开发及其启示 Han Jie El desarrollo del turismo costero en España y su esclarecimiento

Datos CEIC https://www.ceicdata.com/zh-hans

Oficina Nacional de Estadística https://data.stats.gov.cn/

2019中国旅游业发展报告 Informe sobre el desarrollo del turismo en China 2019
http://home.china.com.cn/txt/2019-12/20/content_41005128.htm

Qingdao Municipal Administration of Culture and Tourism
http://whlyj.qingdao.gov.cn/n28356069/n32563280/index.html

Shanghai Municipal Administration of Culture and Tourism http://whlyj.sh.gov.cn/

Guangzhou Municipal Culture, Radio, Television and Tourism Bureau
http://wglj.gz.gov.cn/visitgz/spanish/index.html

林雪 《 “一带一路”战略与旅游业的互动关系》 Lin Xue 《La relación interactiva entre la estrategia "One Belt One Road" y el turismo》

China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and tourism)

http://www.ctaweb.org/html/2019-1/2019-1-30-15-21-65240.html

Boletín estadístico sobre el desarrollo de la industria de la aviación civil, 2019
http://www.mot.gov.cn/tongjishuju/minhang/202006/P020200702602086869690.pdf

Twitter：中国入境游吸引力位列全球第五 https://www.travelweekly-china.com/71704 Twitter: China ocupa el quinto lugar en atractivo para el turismo receptor en el mundo

El kilometraje total en trenes de alta velocidad de China representa el 66,3% del total mundial
http://www.xinhuanet.com/2018-02/14/c_1122417619.htm

十三五旅游发展计划 Decimotercer Plan Quinquenal de Desarrollo Turístico, 2016

吕凡 中国经济发展现状、前景及中西合作新机遇 Lvfan Estado de desarrollo económico de China, perspectivas y nuevas oportunidades para la cooperación chino-occidental
http://es.chineseembassy.org/chn/zxgx/jmhz/t1370025.htm

中国巴黎航线已居中欧航线数量之首 https://m.seabay.cn/article/36966.html La ruta China París ocupa el primer lugar en el número de rutas de Europa Central

刘文海《世界旅游业的发展现状，趋势及其启示》 Liu Wenhai 《El estado de desarrollo, la tendencia y la iluminación de la industria del turismo mundial》

Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030：Tendencias Globales a 2030 pagina 3-4 https://turismo.gob.es/en-us/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx

2019国民旅游消费报告 http://www.199it.com/archives/987410.html